



Kunden zahlen lieber an der Kasse als im Online-Shop

- Beim Bezahlen vertrauen Verbraucher eher auf den stationären Handel
- Sicherheit der Daten im Internet wird nach wie vor angezweifelt
- Kunden wünschen sich zudem bessere Online-Finanzierungsangebote

Nürnberg, 12.09.2017

Ob Fernseher, Bücher oder Schuhe: Die meisten Verbraucher können sich ein Leben ohne Online-Shopping nicht mehr vorstellen. Schließlich ist das Angebot riesig und störende Öffnungszeiten gibt es nicht. Kein Wunder also, dass mehr und mehr Kunden rund um die Uhr online einkaufen gehen. Doch an der virtuellen Kasse brechen immer noch viele Kunden ab und lassen ihren Warenkorb im Online-Shop zurück: In Sachen Bezahlung und Ratenkauf schenken Verbraucher dem stationären Handel nach wie vor weit mehr Vertrauen – zu diesem Ergebnis kommt die Studie „Einkaufswelten 2017“ der TeamBank AG.

Die Gründe dafür sind klar: Viele Kunden zweifeln an der Sicherheit ihrer persönlichen Daten im Internet und zahlen lieber direkt an einer Kasse, anstatt ihre Kreditkarten- oder Kontonummern online zu hinterlegen. Immerhin 84 Prozent der Befragten teilen diese Sicherheitsbedenken. Zudem fühlt sich fast jeder Zweite beim Bezahlen von Mensch zu Mensch im Ladengeschäft besser bedient als mit der Abfragemaske eines Online-Shops.

Beim Thema Vielfalt hat allerdings der Online-Handel die Nase vorn: 60 Prozent der Studienteilnehmer begrüßen die zahlreichen Bezahlvarianten, die ihnen Internet-Shops bieten. Doch die wachsende Anzahl an Optionen kann Kunden auch verunsichern. „Die Fülle von Bezahlmöglichkeiten stellt Verbraucher nicht selten vor eine Herausforderung – ist aber eine wichtige Basis für maßgeschneidertes Einkaufen“, sagt dazu Alexander Boldyreff, Vorstandsvorsitzender der TeamBank AG, die ratenkauf by easyCredit anbietet. „Die Kunden suchen nach einfachen, sicheren und transparenten Bezahlmethoden, denen sie gern ihr Vertrauen schenken. So profitieren letztlich Käufer und Verkäufer.“

Möglichkeiten, die weit mehr Online-Kunden nutzen würden, wenn sie sich denn gut beraten fühlten. Aktuell geben jedoch rund 41 Prozent der Befragten an, im Geschäft vor Ort leichter an Informationen über Finanzierungsoptionen zu kommen. Nur 25 Prozent fühlen sich auch im Internet ausreichend informiert – und immerhin jeder Neunte hat sich schon einmal darüber geärgert, dass online gar kein Ratenkauf möglich war. In puncto Vertrauensbildung und Kundenorientierung gibt es für den Online-Handel also noch einiges zu tun.



Pressekontakt

Ute Scharnagl
 T +49 (0) 911 / 53 90-10 30
 F +49 (0) 911 / 53 90-10 38
 E presse@teambank.de

TeamBank AG Nürnberg

Beuthener Str. 25
 90471 Nürnberg
 Germany

www.teambank.de



Eine Infografik zur Studie steht unter <https://www.easycredit.de/Presse-Fotos.htm> zur Verfügung.

Hintergrundinformationen

Die Studie „Einkaufswelten 2017“ untersucht das Verhalten und die Einstellungen der Deutschen beim Einkaufen online und im Ladengeschäft. Dazu befragte das Marktforschungsinstitut Forsa im Auftrag der TeamBank AG 1.004 Personen im Alter von 18 bis 79 Jahren. Die Interviews der repräsentativen Bevölkerungsbefragung wurden mit der Methode des Computer Assisted Telephone Interview (CATI) durchgeführt.

Kurzprofil:

Die TeamBank AG ist mit der Produktfamilie easyCredit der Experte für Liquiditätsmanagement in der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken. Durch die Bereitstellung und Vernetzung innovativer Produkte und Services erhalten die Kunden einfach, überall und zu jeder Zeit Zugang zu Liquidität. Wichtige Elemente des digitalen Ökosystems sind zum Beispiel der Ratenkredit easyCredit und das medienbruchfreie Bezahlerfahren ratenkauf by easyCredit.



Pressekontakt

Ute Scharnagl
T +49 (0) 911 / 53 90-10 30
F +49 (0) 911 / 53 90-10 38
E presse@teambank.de

TeamBank AG Nürnberg

Beuthener Str. 25
90471 Nürnberg
Germany

www.teambank.de